

Materi Semester Pendek
Mata Kuliah Komunikasi Massa
Semester Genap 2016/2017
Oleh: Poppy Febriana

Kemunculan Teori Media di Era Propaganda

Asal Usul Propaganda

- Derivasi dari zaman katolik roma th 1622, the Congregatio de Propaganda Fide
- Pada revolusi industri propaganda digunakan sbg alat marketing untuk mempengaruhi konsumen.

Definisi Propaganda

- Istilah “propaganda” yg berasal dari Gereja Katolik Roma semula berarti penyebaran informasi. Dalam era reformasi protestan Martin Luther menggunakan propaganda untuk membentuk sikap anti gereja.
- Terrence Qualter mendefinisikan propaganda sebagai “..usaha yg disengaja oleh beberapa individu atau kelompok melalui pemakaian instrumen komunikasi dengan maksud bahwa pada situasi tertentu reaksi dari mereka yg dipengaruhi adalah seperti apa yg diinginkan oleh sang propagandis..”
- Harold Lasswell : “technique of changing attitudes and behaviors by manipulating symbols”.
- Sedangkan menurut Encyclopedia Britannica propaganda adalah effort to manipulate other people’s beliefs, attitudes, or actions by means of symbols.

Para pakar organisasi menggolongkan 3 (tiga) jenis model propaganda. Menurut William E Daugherty, ada 3 (tiga) jenis propaganda :

1. Propaganda putih (white propaganda), yaitu propaganda yang diketahui sumbernya secara jelas, atau sering disebut sebagai propaganda terbuka. Misalnya propaganda secara terang-terangan melalui media massa. Biasanya propaganda terbuka ini juga dibalas dengan propaganda dari pihak lainya (counter propaganda).
2. Propaganda Hitam (black propaganda), yaitu propaganda yang menyebutkan sumbernya tapi bukan sumber yang sebenarnya. Sifatnya terselubung sehingga alamat yang dituju sebagai sumbernya tidak jelas.
3. Propaganda abu-abu (gray propaganda), yaitu propaganda yang mengaburkan proses indentifikasi sumbernya.

Penerbit Harcourt, Brace and Company menyebarkan publikasi berjudul The Fine Art of Propaganda atau yang sering disebut sebagai the Device of Propaganda (muslihat propaganda) yang terdiri dari 7 (tujuh) jenis propaganda sebagai berikut :

1. Penggunaan nama ejekan, yaitu memberikan nama-nama ejekan kepada suatu ide, kepercayaan, jabatan, kelompok bangsa, ras dll agar khalayak menolak atau mencercanya tanpa mengkaji kebenarannya.
2. Penggunaan kata-kata muluk, yaitu memberikan istilah muluk dengan tujuan agar khalayak menerima dan menyetujuinya tanpa upaya memeriksa kebenarannya.
3. Pengalihan, yaitu dengan menggunakan otoritas atau prestise yang mengandung nilai kehormatan yang dialihkan kepada sesuatu agar khalayak menerimanya.

4. Pengutipan, yaitu dilakukan dengan cara mengutip kata-kata orang terkenal mengenai baik tidaknya suatu ide atau produk, dengan tujuan agar publik mengikutinya.
5. Perendahan diri, yaitu teknik propaganda untuk memikat simpati khalayak dengan meyakinkan bahwa seseorang dan gagasannya itu baik.
6. Pemalsuan, yaitu dilakukan dengan cara menutup-nutupi hal-hal yang faktual atau sesungguhnya dengan mengemukakan bukti-bukti palsu sehingga khalayak terkecoh.
7. Hura-hura, yaitu propaganda dengan melakukan ajakan khalayak secara beramai-ramai menyetujui suatu gagasan atau program dengan terlebih dahulu meyakinkan bahwa yang lainnya telah menyetujui.

Masuknya Propaganda ke Amerika

Propaganda modern pertama kali berpenetrasi masuk ke Amerika Serikat pada masa Perang Dunia I. Perang menerapkan teknik propaganda untuk menghimpun sejumlah besar tentara Angkatan Darat serta menjaga keyakinan para warga sipil selama tahun-tahun sulit itu. Tak pernah sebelumnya sedemikian banyak orang dapat dimobilisasi untuk pergi berperang, terlebih dalam suatu periode panjang.

Setelah Perang Dunia I berakhir, peperangan di dunia propaganda berlanjut. Bahkan propaganda ini mulai menjalar ke Eropa, menjadi sarana bagi new political movements untuk menyebarkan dan melebarkan pengaruhnya.

Pada mulanya beberapa ahli bersikap sangat optimis masyarakat Amerika dapat bertahan dari tekanan propaganda macam apa pun tetapi propaganda justru memperkosa seluruh bagian sistem politik demokratisasi sampai yang terdasar. Propaganda dengan babas melaju; membohongi dan mengelabui demi mempersuasi masyarakat demi mencapai tujuannya.

Teori Propaganda Harold Lasswell

Pakar politik Harold Lasswell berteori kekuatan propaganda berhulu pada kerentanan kondisi pemikiran orang pada umumnya.

Menurut Lasswell, depresi ekonomi dan konflik politik telah menjadi faktor yang memungkinkan seseorang kehilangan nalar kritisnya sehingga dengan mudah menerima segala bentuk propaganda.

Konfrontasi sehari-hari dalam kehidupan personal mereka rupanya cukup memukul, juga melelahkan. Membuat orang cenderung melihat propaganda sebagai hal yang menenangkan dan dapat mengatasi permasalahan hidup mereka.

Propaganda bekerja dengan memunculkan **simbol kolektif** atau simbol utama yang dipadu dengan emosi yang kuat, sehingga memiliki kekuatan untuk menstimulasi tindakan massa.

Teori Propaganda Walter Lippmann

Sementara Walter Lippmann, seorang kolumnis bagi surat kabar New York Times, mengemukakan teori bertajuk 'Public Opinion Formation'. Di sini Lippmann mempertanyakan kelangsungan hidup demokrasi. Demokrasi akan membawa perubahan besar pada peranan media terhadap arus informasi. Lippmann meragukan kesanggupan masyarakat untuk melek media (media literacy); artinya mampu memilah, tidak menelan mentah apa yang disodorkan oleh media.

Bahkan apabila seorang jurnalis telah melaksanakan tanggung jawab dengan sungguh sekalipun, masih ada resiko orang tidak mampu menangkap apa yang disampaikan, karena rata-rata orang lebih mendahulukan subjektivitasnya saat melihat, mendengar, atau membaca suatu persoalan.

Mengenai hal ini, Lippmann setuju dengan Lasswell. Diutarakan Lippmann bahwa setiap individu memiliki bayangan, asumsi dalam benak masing-masing —yang berbeda dengan kenyataan di dunia luar—tetapi terkadang mereka sulit melepaskan bayangan itu. Orang akan terpola mengikuti ekspektasi mereka, ketimbang menerima realitas.

Pada era *freedom of press* sekarang ini perlu adanya semacam aparat perantara untuk memberi publik proteksi dari propaganda serta kontrol media. Namun tidak dengan memberlakukan sensor media. Solusi terbaik ialah menempatkan pengawasan pengumpulan dan penyebaran informasi di tangan teknokrasi yang terpercaya, misalnya kalangan ahli/akademisi. Dengan demikian para ahli tersebut dapat mengurutkan fakta dan membuat keputusan dengan analisis metode ilmiah yang sesuai.

Teori Propaganda John Dewey

Dalam pandangan filsuf John Dewey, otoritas menyelesaikan masalah propanda tidak terletak pada lembaga / teknokrasi maupun metode-metode ilmiah basis. Sebaliknya, lembaga semacam itu tidak diperlukan karena masyarakat dapat belajar mempertahankan dirinya sendiri.

Sepanjang hayatnya, Dewey memang tak kunjung letih menyatakan sikap dan argumennya, yang beranggapan bahwa edukasi masyarakat adalah cara terefektif dalam upaya menentang totalitarianisme yang diam-diam mulai menyusup di dalam demokrasi.

Teori Propaganda Modern

Menurut Richard Laitinen dan Richard Rakos (1997), propaganda modern merupakan pengontrolan perilaku masyarakat melalui manipulasi media yg difasilitasi oleh tiga faktor, yakni: seorang khalayak yang terbelit dan dilanda gaya hidup yg mengganggu terus menerus, kurang melek informasi, dan tidak begitu terlibat secara politik.

Demokrasi yang kemudian membuat tidak adanya kontrol ketat dari pemerintah dianggap sebagai karakteristik “masyarakat yang bebas”, padahal sebenarnya hal ini tidak berarti bahwa informasi yang ada benar-benar bebas.

Referensi:

Baran, Stanley J. (2010). Teori Komunikasi Massa: Dasaar, Pergolakan, dan Masa Depan. Jakarta: Salemba Humanika